

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTORAN “DEN BEI”
MOJOKERTO

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

ADHYAKSA NUR BIMA KARTIKA
0712010189 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN
JAWA TIMUR
2012

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTORAN “DEN BEI”
MOJOKERTO

S K R I P S I



Oleh :

ADHYAKSA NUR BIMA KARTIKA
0712010189 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN
JAWA TIMUR
2012

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran “Den Bei” Mojokerto” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Rizky Dermawan, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang penuh dengan mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Ilahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2. Kualitas Produk.....	14
2.2.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.2.2. Tingkatan Produk	15
2.2.2.1. Indikator Kualitas Produk.....	16
2.2.3. Harga (Price)	16

2.2.4. Kualitas Layanan.....	18
2.2.4.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	18
2.2.4.2. Dimensi Kualitas Layanan	20
2.2.5. Kepuasan Konsumen	21
2.2.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	23
2.2.7. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.2.8. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.3. Kerangka Konseptual.....	26
2.4. Hipotesis.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1. Definisi Operasional	29
3.1.2. Pengukuran Variabel	31
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1. Jenis Data.....	33
3.3.2. Sumber Data	33
3.3.3. Pengumpulan Data	34
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas	34
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat.....	35
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat	35

3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	36
3.4.3. Uji Normalitas Data	36
3.4.4. Pemodelan SEM (Structural Equation Modeling) ...	37
3.4.5. Uji Hipotesis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	42
4.1.2. Deskripsi Kualitas Produk (X_1)	43
4.1.3. Deskripsi Harga (X_2)	45
4.1.4. Deskripsi Kualitas Layanan (X_3)	46
4.1.4.1. Bukti Fisik / Tangible ($X_{3.1}$)	46
4.1.4.2. Keandalan / Reliability ($X_{3.2}$)	47
4.1.4.3. Daya Tanggap / Responsiveness ($X_{3.3}$)	48
4.1.4.4. Jaminan / Assurance ($X_{3.4}$)	49
4.1.4.5. Empati / Empathy ($X_{3.5}$)	50
4.1.5. Deskripsi Kepuasan Konsumen (Y)	51
4.2. Analisis Data	52
4.2.1. Evaluasi Outlier	52
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas	54
4.2.3. Evaluasi Validitas	55
4.2.4. Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted	56
4.2.5. Evaluasi Normalitas	58
4.2.6. Analisis Model One – Step Approach to SEM	59

4.2.7. Uji Kausalitas	62
4.3. Pembahasan	64
4.3.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	64
4.3.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
4.3.3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pertumbuhan Jumlah Restoran Di Mojokerto.....	5
Tabel 1.2.	Data Penjualan Ayam Panggang Bulan Nov 2009 – Nov 2010	7
Tabel 1.3.	Data Penjualan Ikan Bakar Bulan Nov 2009 – Nov 2010	8
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)	44
Tabel 4.4.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Harga (X_2)...	45
Tabel 4.5.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Bukti fisik (tangible) ($X_{3.1}$)	46
Tabel 4.6.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keandalan (reliability) ($X_{3.2}$)	47
Tabel 4.7.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Daya Tanggap / Responsiveness ($X_{3.3}$)	48
Tabel 4.8.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Jaminan / Assurance ($X_{3.4}$)	49
Tabel 4.9.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Empati / Empathy ($X_{3.5}$).....	50
Tabel 4.10.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y).....	51
Tabel 4.11.	Residuals Statistics.....	53
Tabel 4.12.	Pengujian Reliability Consistency Internal.....	54
Tabel 4.13.	Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis	56
Tabel 4.14.	Construct Reliability dan Variance Extracted	57

Tabel 4.15. Assessment Of Normality	58
Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model	60
Tabel 4.17. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model.....	61
Tabel 4.18. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Modification Model.....	62
Tabel 4.19. Uji Kausalitas Antar Faktor	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Model Penelitian	27
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen. Model Spesifikasi : One Step Approach – Base Model	60
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Modifikasi Model	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2),
Kualitas Layanan (X_3), Dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTORAN “DEN BEI”
MOJOKERTO

Oleh :

Adhyaksa Nur Bima Kartika

Abstraksi

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur tahun 2010 tentang Pertumbuhan Jumlah Restoran Di Mojokerto menunjukkan bahwa telah terjadi kecenderungan penurunan pertumbuhan jumlah restoran di Mojokerto dari 50,46 % restoran pada tahun 2006, menjadi 8,06 % pada tahun 2010. Hal ini didukung oleh data penjualan ayam panggang dan Ikan Bakar di Restoran “Den Bei” Mojokerto bulan Nov 2009 – Nov 2010 banyak yang tidak memenuhi target. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran “Den Bei” Mojokerto.

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu seluruh konsumen yang sedang melakukan pembelian pada Restoran “Den Bei” Mojokerto. Skala pengukuran yang digunakan adalah semantic differential scale dengan teknik pengukuran dengan jenjang 1-5. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling tepatnya purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Pengambilan sampel didasari asumsi SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5 – 10 kali parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini ada 18 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 90 - 180. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar $(6 \times 18) = 108$ responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM untuk melihat pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran “Den Bei” Mojokerto

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran “Den Bei” Mojokerto, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Restoran “Den Bei” Mojokerto. Sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran “Den Bei” Mojokerto

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman yang terus mengarah pada jaman yang lebih modern yang dipengaruhi oleh aktivitas masyarakat yang semakin padat, mencerminkan pula adanya pola konsumsi masyarakat terhadap pemenuhan kebutuhan pangan, khususnya pada konsumsi makanan jadi atau siap saji. Makanan siap saji merupakan makanan yang disiapkan dengan cepat dan dijual di sebuah restoran atau toko yang ditawarkan kepada pelanggan dalam sebuah bentuk kemasan yang mudah dibawa pergi.

Pada jaman sekarang ini mengkonsumsi makanan siap saji bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan, namun lebih dijadikan gaya hidup oleh sebagian kalangan masyarakat. Bila dibandingkan dengan masa lalu mengkonsumsi makanan cenderung dilakukan dirumah, dimana makanan yang disajikan merupakan hasil masakan sendiri dan dilakukan diwaktu jam makan bersama dengan seluruh anggota keluarga. Saat ini dengan kesibukan masyarakat yang semakin meningkat dari masing-masing anggota keluarga, acara makan biasanya dilakukan sendiri, jarang dilakukan dirumah dan sudah menjadi kebiasaan untuk pergi ke restoran atau ke tempat-tempat jajanan di luar rumah untuk membeli makanan siap saji. Makanan siap saji jenis apapun dapat tersajikan kurang dari 30 menit, oleh karena itu makanan siap saji sangat cocok untuk mereka yang memiliki aktivitas padat.

Keadaan inilah yang memicu tingginya permintaan masyarakat terhadap jasa penyediaan makanan, baik makanan dalam bentuk mentah maupun makanan jadi yang menawarkan berbagai alternative menu dan masakan dari dalam negeri maupun luar negeri. Banyaknya variasi menu makanan yang tersedia diluar rumah juga merupakan salah satu alasan mengapa masyarakat memilih mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan di rumah. Hal ini dapat dijadikan peluang bisnis dengan cara menawarkan jasa penyediaan makanan siap saji seperti mendirikan rumah makan, warung-warung atau restoran.

Untuk bertahan hidup, berkembang dan dapat bersaing maka rumah makan, warung-warung atau restoran harus mampu menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang dijual, selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk yang dijual, dan selalu berusaha untuk memberikan layanan yang berkuaitas.

Kotler & Armstrong (1996: 259) menyatakan bahwa kualitas produk, adalah sekumpulan ciri-ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Sedangkan pengertian harga menurut Tjiptono (2002: 151) adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Saat ini sudah terdapat berbagai jenis restoran yang menyajikan berbagai macam menu makanan, baik makanan khas luar negeri maupun makanan khas dalam negeri. Masing- masing memiliki menu yang berbeda-beda dan memiliki cita rasa yang berbeda-beda pula.

Salah satu menu makanan khas Indonesia yang juga sangat banyak digemari oleh kalangan masyarakat, adalah menu ayam panggang dan ikan bakar. Makanan ini sangat mudah dalam membuatnya, namun dengan gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung memilih segala sesuatu dengan praktis tanpa banyak mempertimbangkan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan, maka dari sesuatu yang sebenarnya sederhana dapat kita jadikan peluang bisnis yang sangat menguntungkan. Bahan-bahan dasar dari makanan tersebut sangatlah mudah di dapat dan relatif murah biayanya.

Industri jasa boga sedang berkembang pesat saat ini, salah satu bentuknya yaitu restoran. Mulai dari tipe lesehan, warung kaki lima hingga restoran yang bertaraf internasional atau mewah dengan harga yang mahal bagi sebagian kalangan masyarakat. Bisnis makanan merupakan bisnis yang pertama dilihat oleh pemegang modal untuk membuka usahanya, karena usaha dibidang ini sangat menarik dan menjanjikan dari segi keuntungan yang diperoleh. Restoran juga dapat dijadikan tempat berkumpul dan bersosialisasi, seperti acara rapat, pertemuan atau bersantai, yang dapat dilakukan di sela- sela waktu kesibukan sehari- hari, umumnya pada saat jam istirahat makan siang maupun makan malam. Bisnis restoran berkembang sangat pesat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Oleh sebab itu, saat ini para pemilik restoran merespon segala kebutuhan masyarakat dengan berlomba-lomba menawarkan inovasi pada menu yang ditawarkan, baik dari segi penyajian maupun cita rasa dan fasilitas yang membuat pengunjung merasa nyaman dan santai. Selain itu ada beberapa restoran yang menambahkan fasilitas, seperti akses internet dan berbagai cara menarik lainnya. Semua itu dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen yang sedang berkunjung.

Kotler (2000) dalam Samuel (2005; 75) yang menyebutkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan sesuatu hasil evaluasi dari emosi.

Berikut ini akan disajikan pertumbuhan jumlah restoran di kota Mojokerto Jawa Timur adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Restoran Di Mojokerto

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan (%)
2005	161	50,46
2006	178	10,56
2007	192	7,87
2008	222	15,63
2009	248	11,71
2010	268	8,06

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2010

Pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa pertumbuhan restoran di Kota Mojokerto terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut dapat diindikasikan bahwa bisnis atau usaha restoran ini sangat diminati oleh para pebisnis untuk melakukan usaha dibidang tersebut. Banyaknya restoran kota Mojokerto dapat dijadikan salah satu faktor penyebab tingginya persaingan antar restoran di kota Mojokerto.

Banyaknya restoran yang bermunculan, mengakibatkan timbulnya persaingan dalam hal produk dan cara penyajiannya. Sesama restoran berlomba menawarkan makanan yang enak, unik dan cita rasa khas yang berbeda. Makanan yang enak akan menarik minat pembeli untuk datang kembali dan menjadi pelanggan setia, sedangkan makanan unik dapat dilihat dan dirasakan dari segi cara penyajiannya, modifikasi resep makanan, pelayanan, dll. Yang bisa menarik perhatian masyarakat untuk membeli.

Begitu banyaknya restoran siap saji di kota Mojokerto menyebabkan persaingan yang tinggi terhadap usaha di bidang tersebut. Selain itu kota Mojokerto merupakan salah satu tujuan wisata sejarah serta rekreasi keluarga dan juga sebagai jalur transportasi antar propinsi, sehingga beragam jenis usaha restoran di kota Mojokerto berkembang begitu pesat. Banyaknya wisatawan dari luar daerah Mojokerto baik yang hanya melintasi jalur transportasi selatan ataupun yang bertujuan wisata, mendorong banyak tumbuhnya restoran siap saji. Peningkatan jumlah restoran pun dikarenakan kebiasaan masyarakat mengkonsumsi makanan di luar rumah. Alasan lainnya yaitu pelayanan yang baik, variasi menu makanan, cita rasa, kelezatan makanan serta kecepatan penyajian yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih restoran.

Salah satu restoran yang berada pada persaingan antar restoran di kota Mojokerto dan menawarkan makanan yang enak dan unik adalah Restoran “Den Bei”. Restoran tersebut merupakan restoran yang menawarkan cita rasa menu makanan yang berbeda dari cita rasa menu makanan yang ditawarkan oleh restoran yang sudah ada lebih dulu di kota Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa restoran tersebut telah memanfaatkan peluang pasar yang ada. Restoran “Den Bei” menawarkan variasi cita rasa khas yang berbeda dan cukup unik. Produk utama dari restoran tersebut adalah Ayam Panggang dan Ikan Bakar bumbu khas “Den Bei” Mojokerto.

Berikut ini akan disajikan data penjualan Ayam Panggang dan Ikan Bakar Restoran “Den Bei” Mojokerto dari bulan November 2009 sampai Oktober 2010.

Tabel 1.2.

Data Penjualan Ayam Panggang Bulan Nov 2009 – Nov 2010

No	Bulan	Ikan Bakar				Jumlah	Target
		Den Bei	Rujak	Banjar	Madu		
1	Nov 2009	76	57	25	43	201	600
2	Des 2009	98	81	42	51	272	600
3	Jan 2010	121	113	36	73	343	600
4	Feb 2010	234	228	24	93	579	600
5	Mar 2010	246	184	28	126	584	600
6	Apr 2010	276	145	37	97	555	600
7	Mei 2010	247	231	66	139	683	600
8	Jun 2010	243	228	31	83	585	600
9	Jul 2010	289	212	46	121	668	600
10	Agu 2010	267	211	21	96	595	600
11	Sep 2010	219	123	18	81	441	600
12	Okt 2010	118	76	23	93	310	600
13	Nov 2010	65	48	12	52	177	600

Sumber : Restoran “Den Bei” 2010

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui bahwa penjualan Ayam Panggang di Restoran “Den Bei” Mojokerto selama bulan Nov 2009 – Nov 2010 banyak yang tidak memenuhi target, hanya 2 bulan yang memenuhi target penjualan yaitu pada bulan Mei 2010 dan Juli 2010.

Tabel 1.3.

Data Penjualan Ikan Bakar Bulan Nov 2009 – Nov 2010

No	Bulan	Ikan Bakar				Jumlah	Target
		Den Bei	Rujak	Banjar	Madu		
1	Nov 2009	108	121	98	119	446	600
2	Des 2009	124	138	137	121	520	600
3	Jan 2010	131	142	128	132	533	600
4	Feb 2010	138	167	145	148	598	600
5	Mar 2010	151	119	125	118	513	600
6	Apr 2010	164	167	118	104	553	600
7	Mei 2010	255	281	121	139	796	600
8	Jun 2010	142	128	156	117	543	600
9	Jul 2010	115	124	177	135	551	600
10	Agu 2010	236	238	115	105	694	600
11	Sep 2010	185	148	123	124	580	600
12	Okt 2010	156	137	101	112	506	600
13	Nov 2010	143	111	69	87	410	600

Sumber : Restoran “Den Bei” 2010

Berdasarkan tabel 1.3, diketahui bahwa penjualan Ikan Bakar di Restoran “Den Bei” Mojokerto selama bulan Nov 2009 – Nov 2010 banyak yang tidak memenuhi target, hanya 2 bulan yang memenuhi target penjualan yaitu pada bulan Mei 2010 dan Agustus 2010.

Dari data pada tabel 1.2 dan tabel 1.3 tersebut, penurunan volume penjualan ayam panggang dan Ikan Bakar Bulan Nov 2009 – Nov 2010 tersebut mengindikasikan semakin rendahnya tingkat kepuasan konsumennya di Restoran “Den Bei” Mojokerto.

Ketatnya persaingan bisnis antar restoran dan belum tercapainya target penjualan setiap harinya di Restoran “Den Bei” Mojokerto merupakan suatu permasalahan bagi perusahaan. Restoran “Den Bei” Mojokerto mempunyai target

penjualan 20 buah per jenis menu, baik ayam panggang ataupun ikan bakar setiap harinya, tetapi target tersebut belum dapat dicapai oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran “Den Bei” Mojokerto”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran “Den Bei” Mojokerto?”
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran “Den Bei” Mojokerto?”
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran “Den Bei” Mojokerto?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada restoran “Den Bei” Mojokerto.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran “Den Bei” Mojokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran “Den Bei” Mojokerto.

1.4. Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas produk, harga, kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.